

Canal TI

La revista del negocio TI del Perú

DISTRIBUCIÓN SEMANAL GRATUITA

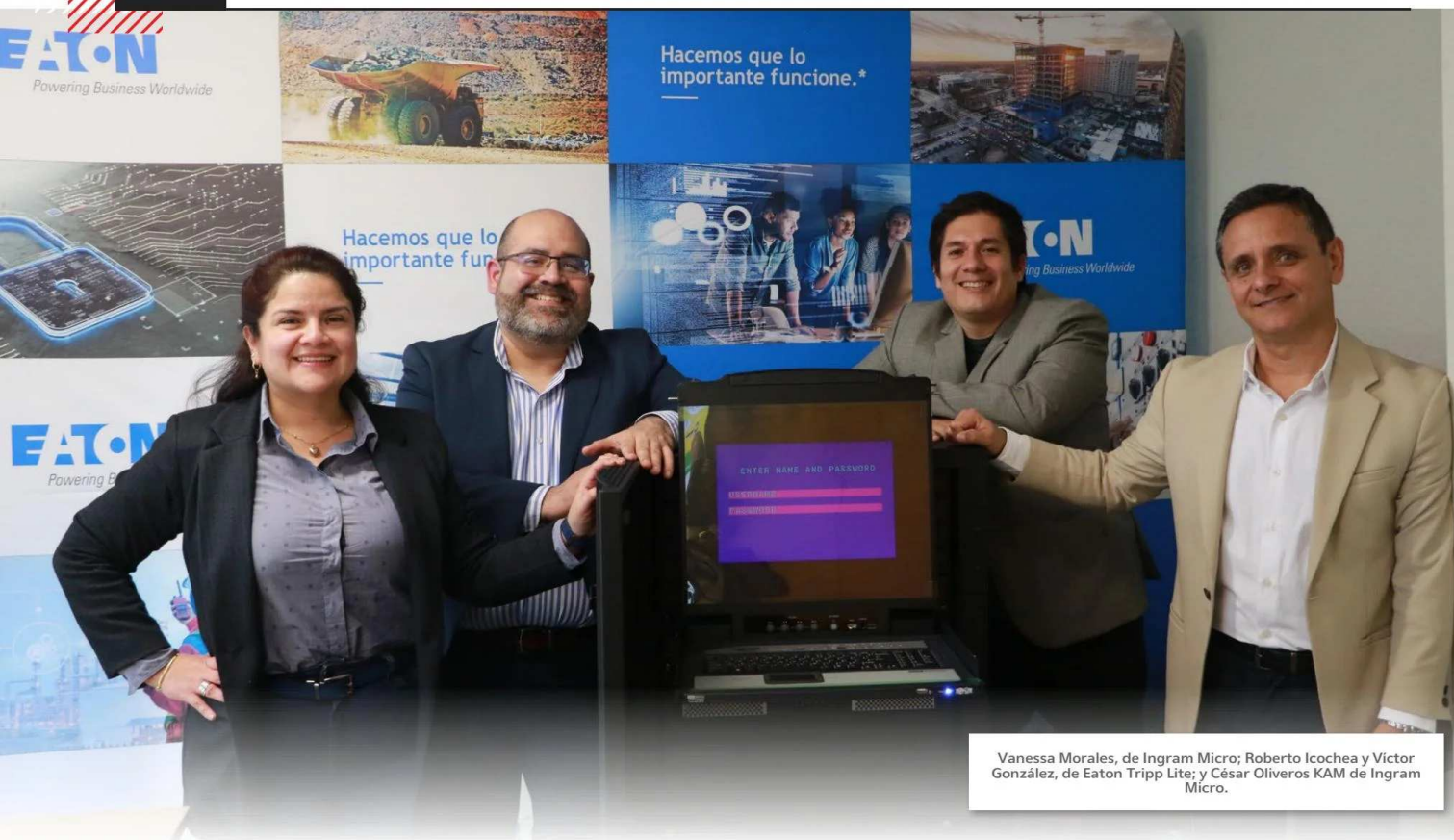
Nº 955

LUNES 18
AGOSTO
2025



Orión celebra 25 años de evolución digital en Latinoamérica

Revistas.PeruRadio.net.pe



Vanessa Morales, de Ingram Micro; Roberto Icochea y Víctor González, de Eaton Tripp Lite; y César Oliveros KAM de Ingram Micro.

El anuncio se hizo en el evento Ingram Micro Demo Day

Ingram Micro es el nuevo distribuidor de Eaton Tripp Lite Series: soluciones para centros de datos y telecomunicaciones

Eaton participó activamente en el evento Ingram Micro Demo Day: Advanced Solutions & Data Center, donde presentó su portafolio de soluciones de energía crítica e infraestructura distribuida, diseñadas para fortalecer la continuidad operativa y la eficiencia energética en entornos de misión crítica.

Durante el evento, se anunció oficialmente el inicio de la distribución de productos Eaton Tripp Lite Series a través de Ingram Micro, incluyendo Racks, PDUs, Consolas KVM, entre otros componentes clave para proyectos de Data Center y telecomunicaciones. Estos productos ya se encuentran disponibles en las bodegas del mayorista, lo que permitirá una entrega más ágil y eficiente al canal peruano.

“Estamos muy complacidos por esta oportunidad de ampliar la cobertura del canal peruano junto a un distribuidor global como Ingram Micro. Esta alianza nos permitirá potenciar el desarrollo de proyectos de Data Center y telecomunicaciones, aprovechando la robusta infraestructura logística y el alcance del mayorista en el país”, dijo Víctor González, Líder de Ventas de Tripp Lite Series en Eaton.

La participación de Eaton en este evento reafirma su compromiso con la innovación tecnológica y el fortalecimiento del ecosistema de canales en Perú, brindando soluciones confiables y escalables para los desafíos actuales del sector.

ColorWorks®

Etiqueta a tu MANERA

Las impresoras de etiquetas
a color te dan la ventaja en
cualquier industria.



Imprime tus propias
etiquetas bajo demanda.
Ayuda a ahorrar tiempo,
dinero y mejora tus
productos destacándolos
con color.



Conoce más y contacta a un asesor.
latin.epson.com/colorworks-impresion-de-etiquetas-a-color

EPSON®

Revistas.PeruRadio.net.pe

La demanda de Chromebook se recuperó en el segundo trimestre del año

Los envíos globales de tablets en el segundo trimestre de 2025 alcanzaron los 39 millones de unidades

Según los últimos datos de Canalys, los envíos mundiales de tablets alcanzaron los 39 millones de unidades en el segundo trimestre de 2025, creciendo un 9% anual y un 5% secuencialmente. Este sólido desempeño fue impulsado principalmente por una demanda saludable en China y EMEA. Mientras tanto, el mercado de Chromebook disfrutó de un impulso significativo gracias a la actualización continua de los dispositivos educativos bajo el Programa Escolar GIGA de Japón, que ayudó a impulsar los envíos a 11 millones de unidades en la primera mitad del año. Además del programa de Japón, la financiación del sector público para dispositivos educativos de varios mercados diferentes respaldará envíos elevados de Chromebook a lo largo de 2025 y más allá.

"El mercado global de tablets continuó su notable trayectoria de crecimiento en el segundo trimestre, respaldado por los subsidios al consumidor en China y un aumento en las licitaciones comerciales en todo el mundo", dijo Himani Mukka, gerente de investigación de Canalys. "El mercado también se benefició de una ola de lanzamientos de nuevos productos, particularmente en el segmento de juegos. El creciente interés de los consumidores en este caso de uso



Himani Mukka, gerente de investigación de Canalys.

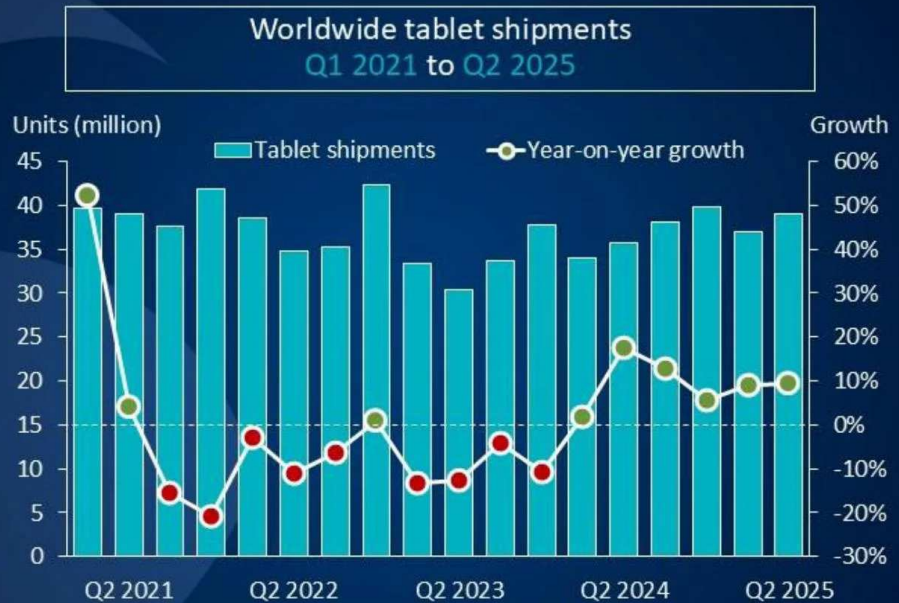
ha hecho que las tablets para juegos emerjan como una categoría de crecimiento de nicho, especialmente en Asia. Los lanzamientos notables incluyeron Redmi K Pad de Xiaomi (8.8 ") y Pad5 de Vivo, mientras que los envíos de Legion Tab de Lenovo se duplicaron con creces trimestre a trimestre. Los proveedores también están haciendo de las tabletas un elemento clave a medida que avanzan en sus estrategias de ecosistemas conectados. Honor dio a conocer su estrategia en el primer trimestre con su plan "Alpha", seguido en mayo por la iniciativa "Human x Car x Home" de Xiaomi, que tiene como

objetivo integrar a la perfección teléfonos inteligentes, tablets, dispositivos domésticos inteligentes e incluso vehículos eléctricos. La Xiaomi Pad 7 Ultra recientemente lanzada se ha posicionado como el centro de control central dentro del ecosistema".

En el mercado de tablets, Apple mantuvo su posición de liderazgo, enviando 14,1 millones de iPads en el segundo trimestre de 2025, lo que supone un crecimiento del 2% interanual. Samsung se mantuvo en el segundo lugar con 6,7 millones de unidades enviadas durante el trimestre. Los siguientes tres proveedores experimentaron un fuerte crecimiento anual, impulsado en gran medida por la demanda en China continental. Huawei superó a Lenovo en el tercer lugar, con 3,2 millones de tabletas y un saludable crecimiento del 29%, mientras que Lenovo y Xiaomi completaron los cinco primeros con 3,1 millones y 3 millones de unidades enviadas, respectivamente. Xiaomi redujo la brecha con Lenovo, gracias a su sólida presencia en el canal fuera de línea en el mercado chino.

"Mientras tanto, los Chromebooks están experimentando un período de revitalización, impulsado por la actualización en curso del Programa Escolar GIGA en Japón", dijo Kieren

With **9% year-on-year growth**, worldwide tablet shipments extended the growth streak for the sixth consecutive quarter, reaching 39 million units



Source: Canalys estimates (sell-in shipments), PC Horizon Service, August 2025

Omdia by Informa TechTarget canalys

Jessop, gerente de Investigación de Canalys. "Los envíos a Japón crecieron más de veinte veces año tras año, a medida que las adquisiciones financiadas por el gobierno comenzaron a cobrar impulso. Se espera que esta demanda renovada continúe hasta mediados de 2026".

"El ecosistema educativo de Japón ha estado especialmente activo en los últimos meses, con proveedores, distribuidores y socios de tecnología educativa que aumentan los esfuerzos de concientización a través de campañas y exposiciones para asegurar una mayor participación en el ciclo de actualización en curso", agregó Jessop. "En la exposición educativa "EDIX Tokyo 2025" celebrada en abril, los principales fabricantes de PC y proveedores de plataformas mostraron sus dispositivos y sistemas operativos, destacando los beneficios para las partes interesadas clave en la educación. Más allá de los envíos relacionados con GIGA, las perspectivas para los Chromebooks en el mercado asiático en general son positivas, y muchos países priorizan los Chromebooks para sus implementaciones educativas en 2025".

En la primera mitad de 2025, Lenovo lideró el mercado global de Chromebooks, reforzado por su fuerte papel



Kieren Jessop, gerente de Investigación de Canalys.

en el Programa Escolar GIGA de Japón. El proveedor envió 3,5 millones de unidades, lo que supone un crecimiento interanual del 27%. HP le siguió en segundo lugar, aunque cedió participación a Lenovo y registró una modesta disminución anual del 4%. Acer, una marca clave en los mercados asiáticos, registró un saludable aumento del 10%, enviando 2,2 millones de unidades. Dell ocupó el cuarto lugar con 1,5 millones de unidades, un 5% menos que el año anterior. Asus completó los cinco primeros, beneficiándose de la demanda relacionada con GIGA para registrar un crecimiento interanual significativo del 43%, con envíos que alcanzaron los 0,8 millones de unidades.

Chromebook market rebounded in H1 2025, with global shipments reaching 11 million units, backed by strong demand in Japan



Source: Canalys estimates (sell-in shipments), PC Horizon Service, August 2025

Omdia by Informa TechTarget canalys

Y están a disposición en el mercado de Perú



Nuestra Estrategia: Liderar el Futuro del Trabajo

Experiencias de trabajo
en equipo colaborativo

Tecnología inteligente
experiencias personalizadas

La IA viene integrada de forma nativa en el portafolio de laptops de HP

En un mundo laboral cada vez más desafiante y cambiante, la inteligencia artificial (IA) se posiciona como una herramienta clave para impulsar la productividad, mejorar el bienestar de los trabajadores y potenciar el crecimiento de los negocios. Según el estudio global Work Relationship Index de HP, el 76 % de los líderes empresariales a nivel mundial afirman que la IA ha tenido un impacto positivo en sus organizaciones, especialmente en la eficiencia operativa y la toma de decisiones estratégicas.

La IA no solo automatiza tareas, sino que permite gestionar mejor el tiempo, reducir la carga operativa y fortalecer la colaboración en equipos híbridos. Esto cobra especial relevancia si se considera que, según el mismo estudio, solo el 27% de los empleados afirma tener una relación positiva con su trabajo. La inteligencia artificial empodera a los trabajadores al reducir la carga operativa, facilitar decisiones estratégicas y devolverles tiempo para enfocarse en actividades que generan impacto y satisfacción.

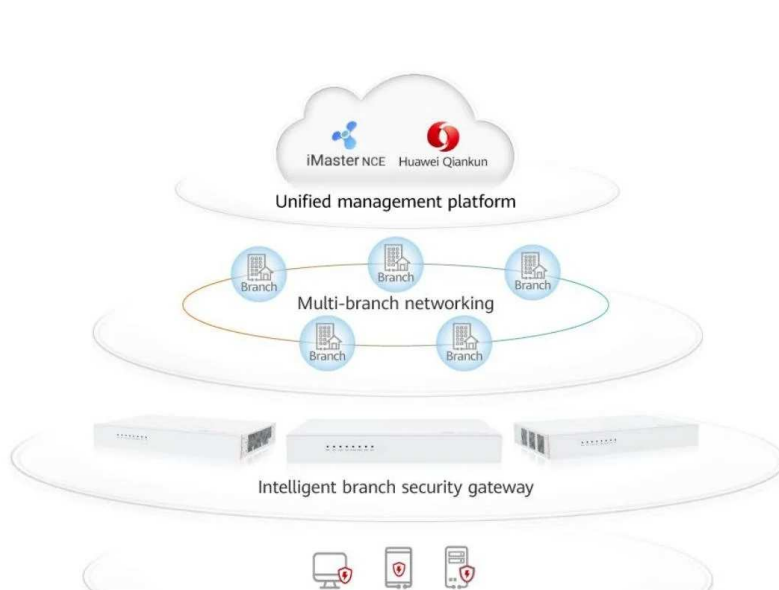
“La inteligencia artificial no se trata solo de hacer las cosas más rápido, sino de elevar su bienestar. En HP, creemos que la inteligencia artificial debe empoderar

a las personas, no reemplazarlas. Por eso la integramos de forma nativa en nuestros dispositivos, con el propósito de ayudarlas a tomar mejores decisiones, reducir la carga operativa y enfocarse en lo que realmente genera valor. Nuestro objetivo es claro: mejorar la productividad sin descuidar el bienestar de quienes la utilizan”, señaló Juan Manuel Campos, Managing Director de HP Perú.

HP viene apostando por un portafolio de laptops que integran capacidades avanzadas de IA para asistir al usuario de forma inteligente. Ya sea para crear contenidos, programar, diseñar, analizar datos o simplemente organizar el trabajo del día a día, los equipos con IA incorporada aprenden de los hábitos del usuario, optimizan el rendimiento del sistema y ofrecen experiencias más personalizadas. Esto se traduce en mayor velocidad, eficiencia energética, seguridad y una mejor experiencia general frente a la computadora.

En Perú, HP ofrece laptops como la HP Envy x360 16 y la HP Spectre x360, que integran tecnologías de inteligencia artificial para optimizar la experiencia de uso. Además, equipos como la HP Pavilion Aero 13 destacan por su diseño ultraligero y eficiencia, ideales para quienes se desplazan constantemente por el país.

El auge de la nube, el trabajo remoto y la expansión de sucursales exigen altos niveles de protección



Solución SASE Inteligente Xinghe de Huawei para la ciberseguridad de las organizaciones

En un contexto donde la tecnología está integrada en todos los aspectos de la vida moderna y se ha vuelto esencial para el funcionamiento de gobiernos, empresas y sociedades, Huawei presenta su nueva solución de seguridad: SASE Inteligente Xinghe, diseñada para enfrentar los crecientes desafíos de ciberseguridad en entornos empresariales distribuidos y oficinas híbridas.

Con el auge de la nube, el trabajo remoto y la expansión de sucursales, las redes corporativas enfrentan riesgos sin precedentes. Según Gartner, el modelo de Secure Access Service Edge (SASE) permite integrar funciones de red y seguridad en una arquitectura convergente, protegiendo usuarios, dispositivos, así como aplicaciones de forma integral. Huawei responde a

esta necesidad con una solución que combina innovación tecnológica, escalabilidad y protección avanzada.

Una arquitectura integral “nube-red-borde-dispositivos”

La solución SASE Inteligente Xinghe se basa en una arquitectura de extremo a extremo que ofrece:

Nube

Plataforma de análisis con inteligencia artificial capaz de gestionar el 99% de los eventos de seguridad en segundos, con una eficiencia operativa 100 veces superior.

Red

Soporte para hasta 16 hubs y 20,000 sucursales, garantizando una experiencia de servicio unificada y sin interrupciones.

Borde

Gateway de seguridad con cuatro motores de IA, firewall integrado y capacidades de red avanzadas para simplificar operaciones.

Terminales

Sistema de seguridad inteligente basado en HarmonyOS, con detección precisa de ransomware, recuperación en un clic y protección de datos.

Beneficios clave para empresas y gobiernos

La solución Xinghe permite:

- Reducción de costos de infraestructura.
- Gestión simplificada de seguridad y mantenimiento.
- Protección cibernética multinivel con alta precisión.
- Experiencia de red consistente y mejorada para los usuarios.

Con más de 700 clientes activos en la región se consolida como un socio estratégico

Orión celebra 25 años de evolución digital en Latinoamérica

25 años de trayectoria. Un cuarto de siglo. Este 2025, Orión cumple 25 años acompañando a organizaciones de distintas industrias en sus procesos de transformación tecnológica, consolidándose como uno de los actores clave en el ecosistema digital de América Latina. Con una historia marcada por la innovación, la compañía ha evolucionado desde un enfoque técnico en infraestructura hasta convertirse en un socio estratégico de alto nivel, con un fuerte liderazgo en soluciones de inteligencia artificial.

Este liderazgo no es casualidad, sino el resultado de decisiones tempranas que marcaron el rumbo de su desarrollo. “Lo que define a Orión no es solo su historia, sino la capacidad de anticiparse a lo que viene. Apostar tempranamente por la inteligencia artificial nos permitió crear soluciones propias que hoy están resolviendo desafíos reales en empresas y organizaciones de la región”, señala Carlos Honorato, CEO de Orión.

Esa apuesta por la innovación se materializa en una estrategia clara y sostenida. Desde su Dev Hub, y a través de sus centros de excelencia especializados, Orión diseña y despliega tecnología de alto valor para resolver desafíos concretos, y busca dar soluciones con desarrollo de propiedad intelectual.

En este marco, ha desarrollado un ecosistema de agentes de inteligencia artificial que ya se encuentran en operación, como su agente de atención al cliente, capaz de automatizar interacciones en canales digitales; su agente educativo, implementado en instituciones para orientar procesos de matrícula y resolver consultas; y su agente de digitalización inteligente, diseñado para transformar documentos físicos en datos estructurados de forma autónoma, e incorporado incluso dentro de Orión para optimizar la operación de su propio Centro de Operaciones, mejorando tiempos de respuesta y capacidad de análisis.

“Hoy más que nunca, las empre-

sas necesitan socios que hablen su mismo idioma. Que entiendan sus dolores de negocio y puedan resolverlos, en este caso, con tecnología y servicios. Nuestro rol es ese. Unir las piezas, aportar visión y ejecutar con excelencia”, agrega Carlos Honorato.

Con un enfoque basado en cuatro pilares estratégicos: inteligencia artificial aplicada, ciberseguridad avanzada, arquitectura multicloud y productividad digital, Orión se ha consolidado como un socio que entrega no solo tecnología, sino también visión estratégica y capacidad de ejecución. Este enfoque ha sido clave para acompañar a organizaciones en procesos de transformación de largo plazo, donde la tecnología es un habilitador de nuevas formas de operar, decidir y competir.

A lo largo de estos años, la compañía ha demostrado que su valor no reside únicamente en la implementación técnica, sino en su capacidad de integrar soluciones complejas, adaptar tecnologías emergentes a



“Cumplir 25 años no es solo una celebración interna. Es un hito que compartimos con cada cliente, colaborador y socio que ha confiado en nosotros. Seguimos trabajando con la misma energía del primer día, pero con la experiencia acumulada de todo lo vivido”

realidades locales y acompañar a sus clientes desde el diseño hasta la operación continua. Esta visión, sumada a una cultura de colaboración y mejora constante, ha permitido a Orión mantener relaciones de largo plazo con múltiples organizaciones, muchas de las cuales los han acompañado por más de una década.

“Cumplir 25 años no es solo una celebración interna. Es un hito que compartimos con cada cliente, colaborador y socio que ha confiado en nosotros. Seguimos trabajando con la misma energía del primer día, pero con la experiencia acumulada de todo lo vivido”, concluye el ejecutivo. En tiempos donde la inteligencia artificial, la nube híbrida y la protección de datos se han vuelto prioritarios para las organizaciones, Orión reafirma su compromiso de seguir liderando la conversación tecnológica con propósito, estrategia y visión regional.

Carlos Honorato, CEO de Orión.

Expande su propuesta de valor en la región gracia

Licencias OnLine en América Latina c

Licencias OnLine, distribuidor de valor agregado líder en América Latina, anuncia con entusiasmo la consolidación y el posicionamiento estratégico de su unidad LOL Servicios, destacando la experiencia y el compromiso de sus Product Managers regionales: Patricia Andrade, a cargo de SOLA, y Fabio Castiblanco, líder de NOLA.

Según comentan ambos ejecutivos, la unidad ha experimentado un constante crecimiento, consolidándose como “un equipo especializado y en expansión continua en cuanto a marcas, recursos y capacidades”.

Su misión principal, destaca Patricia Andrade, es “adaptarse de manera efectiva a las demandas del mercado regional, facilitando a los canales la comercialización de servicios sin necesidad de inversión ni conocimientos técnicos previos”.

Mientras que Fabio Castiblanco, agrega: “Desde su lanzamiento, ya hace más de 6 años, la unidad de LOL Servicios ha venido adaptándose a los retos a los que día a día nos encontramos junto a nuestros canales y fabricantes, logrando cubrir las necesidades a nivel de TI”.

Liderazgo especializado para una cobertura regional completa

LOL Servicios ha reforzado sus capacidades al contar con recursos propios, incluyendo ahora un ingeniero dedicado exclusivamente a servicios, además del respaldo de la Gerencia Latam de Ingeniería. Esto permite, según Patricia Andrade, “responder de forma ágil, abordar proyectos de manera recurrente y escalar nuestras capacidades”. Asimismo, complementa el responsable de NOLA, se han creado nuevos modelos de negocio para aportar y sumar a los canales, como LOL Agility Pack y Migration Factory.

El aliado estratégico para el canal

La propuesta de valor fundamental de LOL Servicios reside en su capacidad de ejecutar proyectos localmente con mayor cobertura, aprovechando las operaciones de facturación de Licencias OnLine en toda la región. Esto empodera a los canales para “ofrecer una solución integral que complementa y amplía su portafolio tradicional, sin necesidad de contar con expertise técnico propio”, asegura Patricia y agrega que el diferencial clave de LOL Servicios radica en su enfoque integral: no solo comercializa licenciamiento, sino que “acompaña al canal en todo el ciclo de preventa, asesoramiento, assessments y consultorías”.

“Buscamos que nuestros socios de negocios tengan el



Patricia Andrade, Product Manager en Licencias OnLine.

s a un equipo consolidado y su oferta de servicios

Empodera al canal de con LOL Servicios

apoyo de un equipo técnico local para desarrollar las diferentes actividades que se presenten, de esta forma podemos asegurar que nuestras soluciones cubren el requerimiento sumándonos como unidad en el momento adecuado y con nuestros ingenieros poder aportar en el proceso de servicios", adiciona Castiblanco.

Además, el PM expresa: "La unidad fue creada con el objetivo de brindar un complemento a los canales y convertirse en el mejor aliado de negocios. De esta forma, nuestro mensaje es el de poder cubrir desde un desbordamiento técnico u ofrecer un brazo extendido en las diferentes necesidades que nuestro diverso portafolio de fabricantes presenta. Y lo más importante que no va a competir por el cliente porque no vende directo. Este soporte especializado facilita que el canal crezca, se expanda y active nuevas marcas sin necesidad de invertir en recursos técnicos propios".

Integración de marcas y oportunidades de mercado

LOL Servicios integra soluciones de múltiples marcas a través de alianzas estratégicas, ofreciendo al canal una propuesta robusta y complementaria. Según detallan los ejecutivos, la unidad desarrolla webinars, presentaciones, demos y laboratorios técnicos que facilitan la adopción y combinación de tecnologías, permitiendo a los canales ejecutar estrategias de up-sell y cross-sell.

"Poder ofrecer a los socios de negocios la posibilidad de contratar ingeniería certificada sin pagar de más es una de las mejores opciones que tenemos, integramos la experiencia y conocimiento para ofrecer un servicio profesional integral", asegura Castiblanco.

La región SOLA, en particular, se encuentra en un momento de gran expansión tecnológica, impulsada por el crecimiento acelerado de mercados clave y la inver-



Fabio Castiblanco, Product Manager Licencias OnLine.

sión significativa de grandes proveedores como Google, Microsoft, AWS, Huawei. En este sentido, "los canales identifican las mayores oportunidades en la entrega de propuestas de valor agregado, especialmente en áreas como ciberseguridad, migración a la nube, gestión de proyectos y capacitación de sus recursos", especifica Andrade.

Con LOL Servicios, Licencias OnLine reafirma su compromiso de ser el socio estratégico para su ecosistema de canales, ofreciendo ingeniería certificada, ahorro en el costo de contratación, la posibilidad de participar en oportunidades que no puede cubrir solo, y cubrimiento regional, lo que se traduce en un crecimiento sostenido y consolidación en el mercado.



KYOCERA EN LA NUBE

“Transformar digitalmente un negocio no es solo adoptar tecnología, sino hacerlo con ética, visión y un compromiso real con el cliente. Eso es lo que representa Kyocera”.

Erick Hurtado

¿Cuál es el enfoque principal de Kyocera en el sector privado?

En Kyocera, entendemos que las empresas no buscan solo impresoras o equipos: buscan soluciones integrales que optimicen procesos, reduzcan costos y aceleren su transformación digital. Nuestro enfoque combina tecnología confiable, segura y escalable con un soporte especializado que se adapta a las particularidades de cada negocio.

Hoy más que nunca, acompañamos a nuestros clientes en la evolución hacia un entorno más automatizado, digital y sostenible, ayudándolos a reducir hasta un 30% sus costos documentales, según experiencias recientes con empresas del sectores logís-

ticos y financiero.

Además de la eficiencia, ¿qué distingue a Kyocera como marca?

Nuestro diferencial va más allá del producto. Lo que realmente nos distingue es la forma ética y consciente con la que hacemos negocios.

Kyocera diseña dispositivos robustos, duraderos y eficientes, pero lo hace con una filosofía que prioriza el respeto, la responsabilidad social y el compromiso con el entorno. Esta visión se inspira en el legado de nuestro fundador, Kazuo Inamori, quien promovía una gestión basada en la integridad y la contribución al bien común. Esa forma de pensar sigue viva en cada decisión que tomamos.

¿Cómo se traduce esa filosofía en la experiencia del cliente?

Se traduce en transparencia, acompañamiento real y relaciones de largo plazo.

No vendemos equipos: cocreamos soluciones con nuestros clientes. Escuchamos, analizamos sus flujos de trabajo, proponemos mejoras y aseguramos que cada implementación genere valor desde el primer día.

Nuestro servicio postventa es cercano, flexible y pensado para anticipar necesidades. Además, impulsamos prácticas responsables como la reducción del uso de papel, reciclaje de cartuchos y eficiencia energética en todos nuestros dispositivos.

¿Qué soluciones destacan ac-

Erick Hurtado, Product Manager para el sector privado en Kyocera Perú

“Tecnología con propósito: en Kyocera, la innovación se alinea con la ética y los resultados”

tualmente para el sector privado?

Contamos con un portafolio robusto en multifuncionales que cubren las necesidades de las empresas peruanas, inventario de suministros, partes y repuestos, software de gestión documental, soluciones cloud seguras en Azure, AWS y muchas aplicaciones más.

Todo pensado para empresas que necesitan agilidad, seguridad y escalabilidad en sus operaciones. Además, fuimos recientemente reconocidos por Keypoint Intelligence con premios como: Línea A3 del Año 2024 y la Marca en A3 con Mayor Consistencia de Color 2024-2026, entre

otros premios.

Estos reconocimientos confirman lo que muchos de nuestros clientes ya experimentan: Kyocera es sinónimo de confiabilidad, innovación y soporte cercano.

¿Cuál es tu mensaje para las empresas que están evaluando trabajar con Kyocera?

Kyocera no es solo una excelente elección tecnológica, sino también una decisión estratégica inteligente. Somos un aliado que combina tecnología de primer nivel, una visión ética del negocio y una cultura de acompañamiento continuo. Nos comprometemos con sus resultados tanto como con los nuestros.

Kyocera invita a las empresas del sector privado a su próximo evento, que se llevará a cabo en octubre, especialmente dirigido a las áreas de TI, Sistemas, Logística, Compras e Innovación Digital, con demostraciones en vivo, networking con líderes del sector y novedades tecnológicas.

Para más información, pueden escribir a Erick Hurtado al 937 842 695 o por WhatsApp en este enlace: <https://wa.link/plnu0w>



Garantía Perfecta ASUS



El usuario que adquiera una laptop de la marca tendrá una garantía de un año

ASUS ofrece en Perú su servicio Perfect Warranty: protección contra daños accidentales

ASUS anunció la disponibilidad en Perú de ASUS Perfect Warranty, un servicio de garantía especial que brinda cobertura por daños accidentales en laptops ASUS durante el primer año desde la fecha de compra.

A partir del 1 de agosto, todos los usuarios que adquieran laptops ASUS o ROG y las registren en su cuenta de miembro ASUS dentro de los primeros 90 días posteriores a la compra, podrán acceder sin costo adicional a este beneficio exclusivo.

La cobertura aplica para equipos de las líneas Vivobook, Zenbook, ProArt, TUF Gaming, ROG Flow, ROG Strix y ROG Zephyrus que sean obtenidos en canales autorizados en Perú.

La activación de la garantía se realiza automáticamente al registrar el Número de Serie del equipo en el sitio oficial de ASUS o mediante las aplicaciones MyASUS y Armoury Crate.

ASUS Perfect Warranty incluye una reparación por daños accidentales durante el primer año, tales como:

- Derrames de líquidos.
- Sobretensiones eléctricas.
- Caídas o golpes que afecten el funcionamiento del equipo.

Cabe destacar que esta cobertura no contempla daños ocasionados por desastres naturales (como incendios o inundaciones), uso indebido intencional ni robo del dispositivo.

Este beneficio complementa el servicio PickUp & Return de ASUS, una solución postventa disponible en el país que permite coordinar el retiro del equipo directamente en el domicilio del cliente en caso de requerir una reparación en garantía. Este servicio evita traslados innecesarios y no genera costos adicionales, ofreciendo una experiencia postventa cómoda, accesible y sin complicaciones.



Gianpierre Serna es Product Manager en Ingram Micro

El jueves 14 de agosto, visité Ingram Micro y conversé unos minutos con el buen Gianpierre Serna, Product Manager UCC (parte del equipo Specialty) de Ingram Micro. “Mi enfoque es brindar soluciones que mejoren la experiencia de los usuarios en videollamadas en sectores empresariales, educativos, salud, gobierno, bancas y otros”, me dijo. Las marcas que debe desarrollar son: Poly, Logitech, Screenbeam y Barco. Cuenta con más de quince años de trayectoria en el negocio TI desde mis inicios en retail en Importaciones Hiraoka SAC, también estuve como Product Manager en mayoristas como Grupo Deltron, Compudiskett y como KAM B2B en la empresa líder surcoreana LG Electronics (Perú).



María Eugenia Basauri es la nueva Country Manager de Sonda en Perú

Sonda anunció el nombramiento de María Eugenia Basauri como nueva Country Manager de la filial en Perú. Con más de 25 años de experiencia en la industria tecnológica, María Eugenia ha liderado equipos comerciales y multidisciplinarios en compañías globales, consolidando un perfil orientado a la innovación, la generación de valor y la transformación digital de sus clientes. Anteriormente, estuvo en Telefónica, Kyndryl e IBM. Es ingeniera industrial por la Universidad de Lima, cuenta con estudios en Supply Chain Management en ESAN, un MBA por INCAE Business School, y recientemente obtuvo un Certificado Profesional en Transformación Digital del MIT, lo que refuerza su visión estratégica y enfoque hacia el futuro. ¡Éxitos, María Eugenia!



Ferruccio Fontanot es el nuevo gerente Comercial de la unidad B2B de ASUS Perú

Mis felicitaciones para Ferruccio Fontanot que asumió el cargo de gerente Comercial de la unidad de negocio B2B de ASUS Perú. “Unirme a ASUS significa un gran reto en mi carrera y una oportunidad para aportar mi experiencia en estrategias comerciales. Estoy comprometido en liderar un equipo que no solo impulse el crecimiento de la marca, sino que también fortalezca las relaciones con nuestros clientes y socios a nivel nacional”, comentó al asumir el cargo. Tiene más de veinte años en la industria TI y gran parte de este tiempo lo desarrolló en HP Perú, donde ha ocupado cargos estratégicos en la región. ¡Éxitos, querido Ferruccio!



Encuentro con Lucho Quiroz en el Demo Day de Ingram Micro

Después de varias lunas, me encontré con Lucho Quiroz, arquitecto de soluciones Cloud en Ingram Micro. A Lucho lo conozco hace muchísimo tiempo, cuando era director académico y de cómputo en New Horizons (2003-2008) y escribía para la revista Tecnología.com que yo dirigía en el diario Expreso. ¡Un arácnido abrazo, querido Lucho, y nos vemos pronto!

¡CELEBREMOS JUNTOS!

Canal TI



AÑOS

La revista del negocio TI del Perú

**La primera edición de Canal TI
salió el lunes 20 de junio de 2005**